

# 「LINEギフト」の新広告メニュー「ペアギフト」の提供を開始 友だちに商品を贈ると、自分も同じ商品が無料でもらえるキャンペーン実施が可能 体験や気持ちを“シェア”できる、LINEの新たなコミュニケーション広告

2021.02.17 法人向けサービス

同じ商品を通じて「楽しい」「喜び」などの気持ちをシェアし、  
離れている相手をより身近に感じられる“体験の共有”をユーザーに提供

LINE株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：出澤 剛）は、当社が提供する、「LINE」を通じて友だちに手軽に様々なプレゼントを贈ることができるサービス「LINEギフト <http://gift-blog.line.me/ja/> 」において、新たなコミュニケーション広告メニュー「ペアギフト」の提供を開始いたしますので、お知らせいたします。

## ■“会えない”コロナ禍で利用が急増、「LINEギフト」の流通額は2020年の年間総流通額は前年比250%

「LINEギフト」は、「LINE」のトークを通じて友だちとギフトを贈り合うことができるコミュニケーションサービスです。住所を知らなくても直接会えなくてもLINE上で簡単にギフトを贈ることができるため、ちょっとしたお礼を言いたい時や季節イベント、大切なライフイベントなど様々なシーンでご利用いただいています。贈れるギフトは手軽なコンビニのコーヒーから本格的なものまで、シーンに合わせたもらって嬉しい多様なラインナップを揃えています。

コロナ禍において“気軽に会う”ことが難しくなってしまった昨今、「LINEギフト」は、“会えないけど気持ちを伝えたい”というユーザーの気持ちを実現するサービスとしてユーザーに支持され、2020年の年間総流通額は前年比250%と急成長しています。

2月現在では「LINEギフト」の利用者\*はすでに1,200万人を超えており、今後さらなる成長が見込まれます。

\*LINEギフトを贈った、もしくはもらったことがあるユーザー数

## ■経験や気持ちを“シェア”できる、「LINEギフト」の新たな広告メニュー「ペアギフト」

このたび、LINEギフトの広告メニュー「サンクスギフト」に加え、新たに「ペアギフト」の提供を開始します。

参考：「サンクスギフト」プレスリリース <https://linecorp.com/ja/pr/news/ja/2020/3461>

「ペアギフト」は、「LINEギフト」を通じて友だちに商品を購入して贈る（Gift1）と、自分も同じ商品が無料でもらえる（Get1）キャンペーンを実施することができる広告メニューです。（※商品は広告主様にご提供いただきます。）

ハロウィンやクリスマスなど「一緒に楽しさを感じられる」シーズナルイベントや、日々の生活の中で感じる「一緒に楽しみたい」という気持ちを商品に添えて伝えることができ、同キャンペーンを通じて同じ商品を共有し合うことで、離れている友だちと喜びをシェアしたり、相手をより身近に感じられたりするきっかけづくりに寄与します。「ペアギフト」のキャンペーンは「LINEギフト」の専用キャンペーンページに掲載され、キャンペーンページへは、2,100万人以上の友だち数（2021年2月時点）を擁する「LINEギフト」のLINE公式アカウントから遷移が可能です。

### 「ペアギフト」サービスイメージ

1 LINEギフト  
キャンペーンページ



キャンペーンページより  
贈りたいギフトを選択

2 LINEギフト  
友だち選択ページ



友だち一覧ページから  
贈りたい友だちを選択

3 LINEギフト  
決済ページ



決済方法を選択し、  
贈りたいギフトを購入

4 LINEギフト  
メッセージ作成ページ



ギフトに添える  
ギフトメッセージを作成できます

5 LINEギフト  
送信完了ページ



友だちのLINEに  
メッセージが送信されます

#### 【ギフト贈り手】

1 LINEギフトお知らせ  
通知メッセージ



LINEのトークに  
ギフトメッセージが届きます

2 LINEギフト  
クーポン表示ページ



ギフトを店舗で引き換えられる  
クーポン画面に遷移できます

3 当該の店舗にて  
受け取り



該当店舗でギフトを  
受け取ることができます

#### 【ギフト受け手】

1 LINEギフトお知らせ  
通知メッセージ



LINEのトークに  
ギフトメッセージが届きます

2 LINEギフト  
クーポン表示ページ



ギフトを店舗で引き換えられる  
クーポン画面に遷移できます

3 当該の店舗にて  
受け取り



該当店舗でギフトを  
受け取ることができます

9 LINEリサーチ  
ユーザーに対してLINEリサーチによる  
ブランドリフト調査を実施



LINEリサーチによる  
ブランドリフト調査

## ■「LINEリサーチ」によるブランドリフト調査も標準メニューとして提供

また、「ペアギフト」では、キャンペーン実施後、キャンペーンの接触ログ（贈り手/受け手）と「LINEリサーチ」のプラットフォームを利用して、訴求商材に対するユーザーのブランドリフト調査を実施することができます。

過去に実施したキャンペーンでの調査では、名称認知・特徴認知・好意度・購入意向の全てにおいて、ギフトの贈り手/受け手の値がキャンペーン非参加者の値を大幅に上回り、ブランドリフト効果を確認できたという結果\*も出ています。

キャンペーンに能動的に接触した贈り手だけでなく、ギフトの受け手のブランドリフトに大きく寄与したことが特徴であり、“企業”からではなく“友だち”からギフトを受け取ったことで、直接広告に接触しなくても高い広告効果を生んだと考えられます。

\*LINEリサーチ調べ。対象商品業種：商品メーカー、全国の15-69歳男女を対象/サンプル数2,844（2020年11月実施）

また、「誰にギフトを贈るか」は、ユーザー次第であることから、贈り手から派生する偶発的な“新規の顧客開拓”にも期待できます。

LINEでは、今後も様々なサービスを通じて、企業・ユーザーの双方にとって価値のある情報接点を提供し、コミュニケーションインフラとして多様な活用の可能性を広げてまいります。

「ペアギフト」媒体資料はこちら：[https://www.linebiz.com/sites/default/files/media/jp/download/LINEGIFT\\_MediaGuide\\_2021\\_04-06.pdf](https://www.linebiz.com/sites/default/files/media/jp/download/LINEGIFT_MediaGuide_2021_04-06.pdf)

「ペアギフト」ご出稿に関するお問い合わせはこちら：[sales\\_media\\_req@linecorp.com](mailto:sales_media_req@linecorp.com)

